



# 地方創生につながる地域の 中小企業の海外への事業展開

ますます重要となる知財権、ノウハウの適正管理、等

ニッテイド株式会社  
代表取締役社長  
井戸端 康宏

# 会社概要

<b>企業名</b>	ニッテイド株式会社
<b>事業内容</b>	5本指ソックスと無縫製ニットの企画開発・製造・販売
<b>設立</b>	1981年2月
<b>資本金</b>	9,800万円
<b>従業員</b>	52名
<b>本社所在地</b>	和歌山県海南市下津町丸田68-1
<b>関連会社</b>	<b>日本販売会社</b> 株式会社ラサンテ <b>欧州販売会社</b> KNITIDO Europe GmbH <b>中国工場</b> 海寧星圓針織有限公司

# グループ全体図

## 製造



### ニットイド本社・工場

和歌山県海南市下津町  
従業員52名（男性21名／女性31名）

中国工場



## 販売



### ラサンテ

直営店  
東京都立川市

国内向けに販売



### KNITIDO EU

直営店  
ドイツ ベルリン

ヨーロッパを中心に  
自社製品を販売

OEM得意先

現在では7～8%の  
マーケットシェアに成長!!

1981年 **ニットグローブ株式会社を設立**  
マーケットシェア1%を目指し創業



2006年 **ニッテイド株式会社に社名変更**  
日本・EU・スイス・アメリカ・中国で商標登録



2007年 **欧州での販売スタート**  
ドイツ・ベルリンに販売会社（KNITIDO Europe GmbH）を設立



**Knit**      **ido**  
ニット      イドバタ

## センイ・ジャナル

2006年(平成18年)

4/19

水曜日

隔日刊 第7183号

### 2つの靴下系企業

二つの靴下系企業が、このほど相次いで社名変更を実施、あるいは表明することになった。靴下専門店「靴下屋」チェーンの展開で知られるタンと、5本指ソックスのバイオニアとして知られる旧ニットグループの「KNITIDO

(ニッティド)」(本社・和歌山県下津町、井戸崎製靴社属)だ。社名変更の背景はそれぞれだが、共通しているのは、両社がともに世界市場を想定した、グローバル戦略の一環として、今回の社名変更を考え決断したという点だ。

グローバル戦略の一環で社名を変更

タン「タビオ」  
ニット→「ニッティド」  
「ニッティド」は、社名変更の背景はそれぞれだが、共通しているのは、両社がともに世界市場を想定した、グローバル戦略の一環として、今回の社名変更を考え決断したという点だ。

「ニッティド」は、社名変更の背景はそれぞれだが、共通しているのは、両社がともに世界市場を想定した、グローバル戦略の一環として、今回の社名変更を考え決断したという点だ。

# なぜドイツなのか

ドイツ人の特徴

こだわり気質



日本人と共通

ドイツの市場特性 (商品に求める基準)

Spec  
スペック

Sustainability  
サステナビリティ



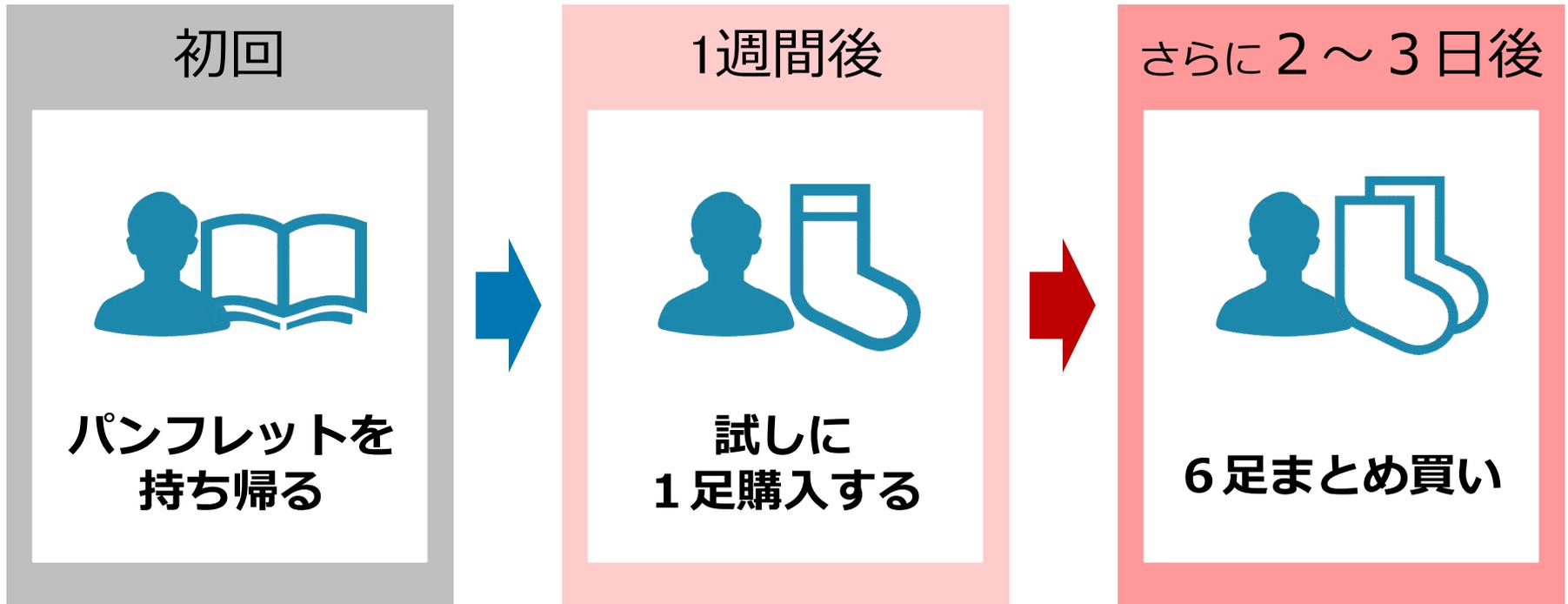
Knitidoのコンセプト



良いものが評価され高く売れる市場

# 購入パターン

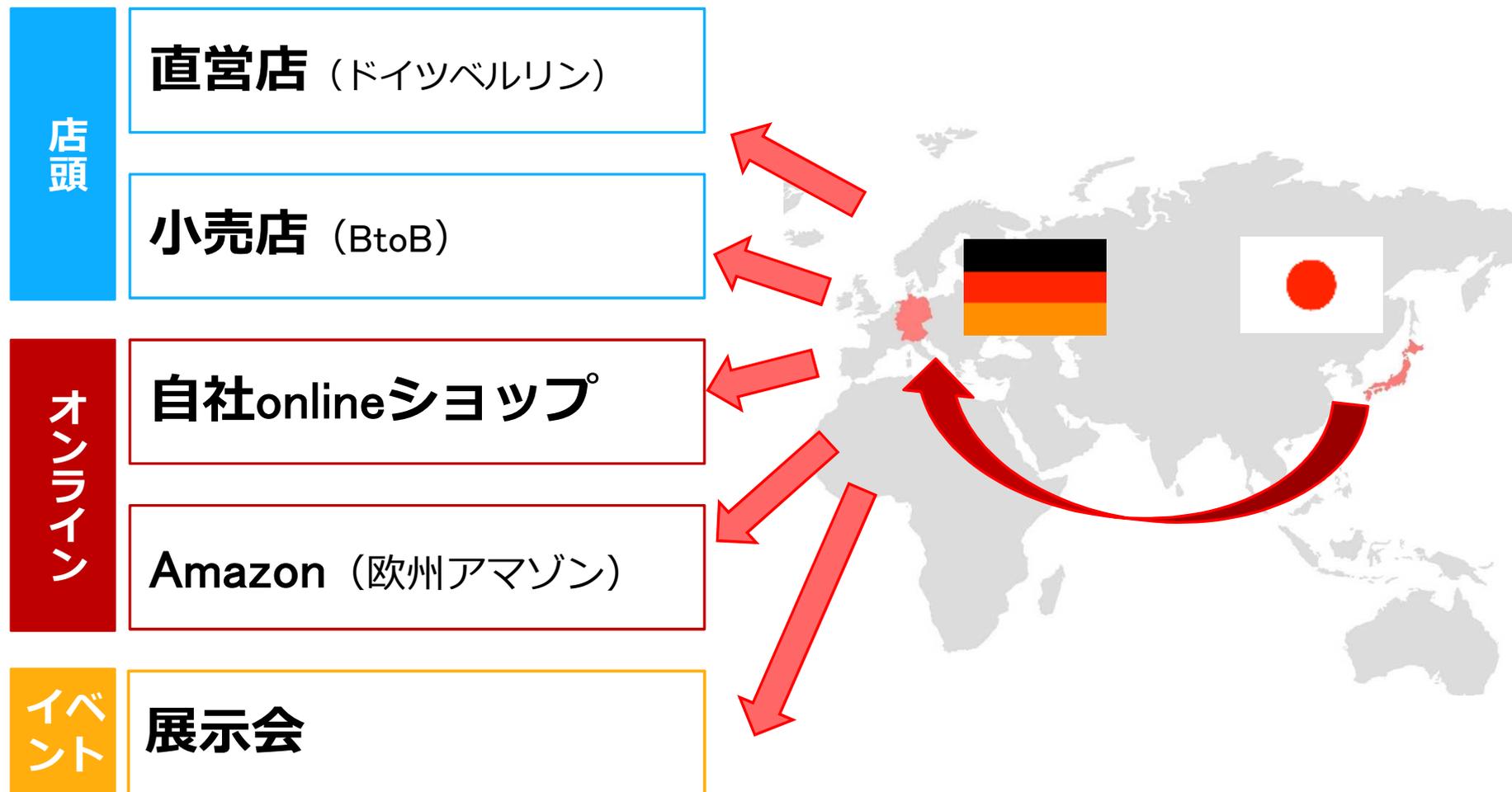
5本指を気に入ってくれた人の特徴的な購入パターン



**商品に対する要求は厳しく、特に耐久性を重視する**

# 海外事業の概要

海外拠点を通じて、様々なチャネルで販売・展開



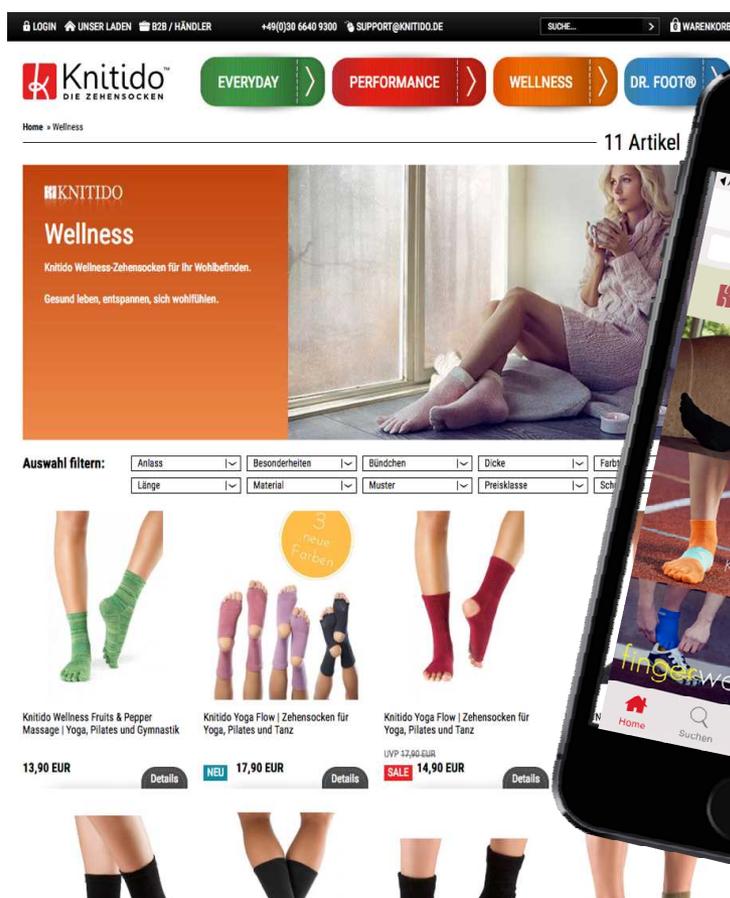
高付加価値の商品を受け入れてくれる成熟市場ヨーロッパ

その中心 **ドイツ・ベルリン** に販売拠点を設立

2007年 欧州販売会社 KNITIDO Europe GmbHをドイツ・ベルリンに設立



## より魅力ある**買いやすいサイト**に再設計



より親近感の持てるよう**リブランディング**を行い、ロゴマークの変更を実施

# オンラインでの販売

Amazonの欧州一体物流システムで  
**国を跨いだ在庫管理が可能**に



# 商品開発を支える知財権

強い商品開発力で**他社と差別化した商品**を多数発表

知財権 出願数 **165件**

特許 **6件**  
(国際特許 1 件出願中)

意匠登録 **14件**

商標権 **17件**



**15年連続**  
**近畿地方発明者彰受賞**



**グッドデザイン賞受賞**  
(2010年 取引先と共同)

# ものづくりへの取り組み

極上の履き心地を生む、確かなノウハウによる

**手作り感覚のものづくり**



KNITIDO版

# 「Think Globally, Act locally」の実践

高機能 5 本指靴下のエビデンス取得

国内ものづくり体制の高度化

ブランドメッセージのローカライズ化



企業目標

健康で快適な生活文化を世界に発信する企業  
世界に30万人のファンづくり



ご清聴ありがとうございました